

«Сколько же адвокат себе запросил, если моральный вред пытаются оценить в 40 млн.? Адвокатский лохотрон».

«Да ничего они не получают, человек умер, а они только о деньгах и думают!! Заработать на смерти хотят – ПОЗОР!»

Отметим, что превосходство того или иного типа комментаторов зависит от развития ситуации. Если вначале больше представлены были «сочувствующие» и «ругающие систему», то ближе к концу – «подозревающие» и «моралисты».

Литература:

1. Белова, Л.И. Социология журналистики: учебное пособие / Л.И. Белова. – Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2015. – 113 с.
2. Черных, А.И. Мир современных медиа / А.И. Черных. – М.: Территория будущего. – 312 с.

УДК 070

В.З. Гарифуллин,

доктор филологических наук, профессор,

Л.Р. Сабирова,

кандидат филологических наук

Казанского (Приволжского) федерального университета

г. Казань, Россия

© В.З. Гарифуллин,

© Л.Р. Сабирова

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Аннотация. В средствах массовой информации как в зеркале отражаются основные переломные события в социально-экономической жизни общества. В научной статье поднимаются проблемы функционирования современных специализированных экономических СМИ Республики Татарстан, а также делается краткий обзор процессов становления и развития экономической журналистики в России и на территории современного Татарстана.

Ключевые слова: периодическая печать, экономическая журналистика, региональная журналистика.

Abstract: Mass media usually reflect the main events of social and economic life. The article deals with problems of functioning of modern

specialized economic media of the Republic of Tatarstan. The author offers an overview of the processes of formation and development of economic journalism in Russia and on the territory of modern Tatarstan.

Keywords: periodical press, economic journalism, regional journalism.

Развитие средств массовых информационных сильно зависит от социально-экономического состояния общества, так как они являются катализатором экономики. В связи с этим в современном обществе сложилась устойчивая система печатных изданий и электронных ресурсов, специализирующихся в области экономических проблем.

Многие ученые исследуют проблемы экономической и корпоративной журналистики, среди них такие как: Г.С. Мельник, С.М. Виноградова [1], И.Г. Демина [2], Д.А. Мурзин [3], А.Ю. Горчева [4], А.Н. Боханов [5] и другие.

Прежде чем начать перечислять основные проблемы функционирования современных специализированных экономических СМИ Республики Татарстан посмотрим, как исторически складывалась эта отрасль в России в целом и на территории Татарстана.

Первая печатная газета России «Ведомости» была вызвана необходимостью освещения новой экономической политики Петра I. Узконаправленные экономические издания появились позже, во второй половине XIX века, такие как «Промышленный листок» и «Торгово-промышленный листок объявлений». Самым известным «долгожителем» среди российских специализированных экономических изданий можно считать газету «Биржевые ведомости», основателем и издателем-редактором которой стал публицист, промышленник и банкир Константин Трубников [5]. Газета появилась в 1861 году после слияния «Коммерческой газеты» с «Журналом для акционеров». Выходила она в Петербурге, оперативно освещала все события в стране и в мире, связанные с экономической жизнью, следила за биржевыми новостями и финансовыми делами.

Наряду с центральными изданиями во всех экономически развитых регионах России развивалась и провинциальная экономическая журналистика. Например, возникнув как первое частное издание за пределами столицы России, газета «Казанские известия» регулярно освещала экономическое положение Казанского губернии и поволжского региона, рассказывала о промышленности и торговле региона, традиционных промыслов. Регулярно помещались статистические материалы о развитии промышленности и сельского хозяйства.

Авторский состав издания был обусловлен его принадлежностью к Казанскому университету. Здесь публиковали научные исследования профессора и преподаватели университета Н.М. Ибрагимов, В.Я. Баженов, Г.Н. Городчанинов, М.В. Полиновский, М.С. Рыбушкин и др. Публиковались также материалы преподавателей гимназий и училищ, входивших в Казанский учебный округ [6].

А первым специализированным изданием Казанской губернии, освещающим экономическую тематику, можно считать общественную, политическую, литературную и коммерческую газету «Казанский биржевой листок». Здесь печатались первые рекламные тексты. Быстрый рост промышленности и торговли, обилие товаров и услуг обусловило появление первых рекламных объявлений как средства конкурентной борьбы за покупателей.

Важнейшим изданием, освещающим экономическое положение региона, становится «Камско-Волжская газета», первый номер которого вышел в 1872 году. В отличие от многих провинциальных газет тогдашнего времени, показавших себя как некое «собрание необыкновенных происшествий, ужасных случаев, кровавых мщений, убийств, пожаров» [7, с. 4], это издание на первый план выдвигало анализ экономических проблем. «Крестьянский вопрос все еще продолжает быть одним из самых жгучих вопросов во всех отраслях, преимущественно же с экономической стороны», – писала газета в 1873 году [7, с. 5]. Она последовательно знакомила читателей с бедственным положением крестьянства ряда уездов, критиковала противоречивое отношение некоторых столичных изданий к реформам по отмене крепостного права в России. Глубина экономического анализа журналистов газеты особенно ярко проявилась при освещении темы переселенческого движения в России. Эта проблема будет остро и много обсуждаться позднее, в 80-ые годы, когда капитализм станет уже основным фоном хозяйственной жизни России.

В начале XX века появилась периодическая печать на татарском языке. Рекламодатели активно воспользовались этим. Объявления на страницах татарских газет и журналов публиковались на двух языках – татарском и русском. Важно то, что в системе национальных СМИ появилась и свое специализированное экономическое издание. Этим изданием стал журнал «Икътисад» («Экономика»), который издавался в период с 1908 по 1913 годы. Его основателем, редактором и издателем был имам Мухаммад-Фатих Муртазин (1875–1938), получивший религиозное образование в казанском медресе «Марджания».

Помимо религиозно-преподавательской и редакторской деятельности М. Муртазин являлся членом кредитного правления Самарского кредитного банка и одним из идеологов татарской буржуазии [8, с. 193]. Обладая глубокими экономическими знаниями, он сам являлся автором многих статей журнала.

Основной целью издания журнала, как говорится в программной статье первого номера, является «ознакомление мусульман со своим экономическим положением, вооружение их научными знаниями в торговле, сельском хозяйстве, производстве и промышленности, демонстрация экономических методов расходования национального богатства и, таким образом, служение для достижения ими счастья и прогресса» [9].

Структура журнала, отражена в названиях разделов – экономика, торговля, производство (ремесленничество и промышленность), сельское хозяйство, письма читателей и объявления. Большое внимание журнал уделял истории экономической науки. Журнал «Икътисад» регулярно освещает экономическое положение мусульман в различных регионах России. Поднимается необходимость создания мусульманского банка. Обсуждаются также нравственные вопросы исламской экономики, проблемы отношения ислама к финансовому страхованию, к ценным бумагам.

После известных революционных событий 1917 года все газеты и журналы Российской империи, в том числе и специализированные экономические издания были закрыты. В советское время в Татарстане отсутствовали такие специализированные издания. Их отсутствие частично компенсировалось разветвленной системой заводско-фабричной многотиражной печати, в которой находили отражение многие проблемы функционирования плановой экономики.

Лишь после демократических перемен конца XX века, когда система СМИ России и Татарстана претерпела значительную трансформацию, в ней вновь появились специализированные и корпоративные СМИ, активно освещающие экономическую тематику [10]. Принятый в 1991 году Закон РФ о средствах массовой информации положил начало деятельности масс-медиа в качестве медиабизнеса [11]. В эти же годы происходят изменения и в аудитории СМИ, возникают новые группы читателей – представители малого, среднего и крупного бизнеса, управленческих структур. Появляются новые типы СМИ. В Татарстане в течение почти двух десятилетий успешно функционировала экономическая газета «Время и деньги», хотя в по-

следние годы она лишилась бумажной версии из-за финансовых трудностей (см.: <http://www.onlinegazeta.info>).

В настоящее время в республике успешно функционируют научные экономические журналы. «Казанский экономический вестник», являющийся наиболее популярным среди них, регулярно публикует оригинальные научные результаты в области экономики [12]. Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-48457 от 31 января 2012 г. Примерная тематика журнала – информационная; образовательная. Научные публикации в области экономики, финансов, менеджмента. Журнал издается в печатной форме с периодичностью 6 номеров в год. Таких научных журналов в Татарстане несколько: «Вестник Казанского юридического института МВД России»; «Вестник экономики, права и социологии»; «Современное искусство экономики»; «Территориальная экономика»; «Управление человеческими ресурсами». Все вышеперечисленные журналы имеют общую тематику: экономическая, информационно-аналитическая, социально-экономическая и научно-практическая.

На страницах межрегиональной деловой газеты «Бизнес-Класс Современность» (учредитель – ООО Издательский дом «Медиа-Регион» г. Набережные Челны) можно встретить обзоры финансовых рынков, топливно-энергетического комплекса, рынка ценных бумаг, недвижимости, производства, строительства, рынка услуг.

И все же экономическая журналистика Татарстана продолжает активно развиваться прежде всего в сегменте интернет-СМИ. Эффективное использование сетевого пространства позволяет редакциям выполнить множество поставленных задач. Например, газета «Бизнес-onlain» – одно из ведущих деловых и влиятельных СМИ республики. Издание развивается как экономически успешная и самостоятельная структура. Республиканские власти считают с ней (см.: <http://www.business-gazeta.ru>) [13].

«Электронный экономический вестник Татарстана / Electronic Economic Newsletter of the Republic of Tatarstan» сегодня является открытым, общедоступным ресурсом, рассчитанным как на предпринимателей, так и на экономистов и финансистов. Целью данного электронного ресурса является максимально оперативное, точное и полное отражение экономической ситуации в РТ в ее динамике. Вестник публикует новые законы, поправки и комментарии к ним,

нормативные акты и пр. официальную информацию, касающуюся экономической сферы, проводит мониторинг профильных информационных потоков (см: <http://cpei.tatarstan.ru/rus/vestnik.html>) [14].

На сайте «Агентства информации и деловых коммуникаций» (см: <http://aibcum.ru>) можно встретить очень интересные статьи на тему бизнеса и экономики [15], а «Информационное агентство Девон» в основном освещает деятельность нефтегазовой отрасли, как написано на портале «нефтяные новости Волги и Урала» (см: <http://iadevon.ru>) [16]. На территории Татарстана работают еще и такие информационные агентства как: АЛ – ИНФОРМ, Агентство деловой информации и PR – проектов «Евразия – Центр», Город Казань KZN.RU, Поволжское бюро «Российской газеты» – агентство PR-Союз.

Управление Роскомнадзора по Татарстану сообщило о регистрации радиоканала «Бизнес ФМ Казань», но сроки запуска еще не известны. BusinessFM позиционирует себя как первое деловое радио в России. Вещание осуществляется в 10 городах страны. Business FM в Москве вещает на частоте 87,5 FM. Каждые 15 минут в эфире радиостанции последние новости из мира политики, бизнеса и финансов, котировки валют, цен на акции и ценные бумаги. На BusinessFM воплощена концепция BreakingNews – новости звучат в тот момент, когда они появляются на ленте информационных агентств. Аудитория радиостанции – финансисты, трейдеры финансовых рынков, управляющие компаний и те, кто интересуется новостями в сфере экономики, управления и финансов.

Если касаться печатной и радиотелевизионной сферы, чисто экономическая журналистика присутствует лишь в области корпоративных СМИ. В Татарстане ярким примером функционирования корпоративной журналистики, имеющей большое влияние на широкий круг аудитории можно считать, например, деятельность изданий и электронных масс-медиа ОАО «Татнефть» [17].

Сегодня в Татарстане реализуется Государственная программа «Экономическое развитие и инновационная экономика Республики Татарстан на 2014–2020 годы» [18]. Целью данной программы является создание условий для гармоничного развития экономики Республики Татарстан и обеспечение роста уровня жизни населения, но, к сожалению, эта цель ни как не связывается напрямую с ролью СМИ в инновационной экономике.

Реализации хороших бизнесидей на татарстанском рынке экономической журналистики препятствует целый ряд факторов, среди которых особо выделяются следующие:

- отсутствие доступа к фактической базе отраслей экономики;
- зависимость от PR-служб основных рекламодателей;
- слаба профессиональная подготовленность журналистов, освещающих экономическую тематику;
- «продажность» журналистов, связанных с экономической тематикой, манипуляция возможностями издания в личных целях.

Экономическая журналистика в сегодняшних условиях не может называться журналистикой как таковой, потому, что на тематическом уровне она практически полностью формируется пресс-службами предприятий и различных ведомств.

Экономическая журналистика в Республике Татарстан за редким исключением перешла в промысел, который связан с эксплуатацией и манипулированием собственной аудиторией. С точки зрения содержательной концепции СМИ Татарстана находятся в ситуации, когда они сориентированы в основном на «ленту происшествий», нежели на системное осмысление экономических процессов, происходящих в целом в стране.

В периодической печати как в зеркале отражаются основные переломные события в социально-экономической жизни общества. Современный этап развития сферы масс-медиа России характеризуется обилием экономических изданий, телерадиопрограмм. Однако в Республике Татарстан экономическая журналистика активно функционирует лишь в сегменте интернет-ресурсов. Важной задачей сегодня является усиление роли журналистики в реализации инновационной экономики региона.

Литература

1. Мельник Г.С., Виноградова С.М. Деловая журналистика. СПб: Питер 2010. С. 174–180.
2. Демина И.Н. Сущность экономической журналистики /// Известия Иркутской государственной экономической академии. Вып. № 1/2011. С. 217–221.
3. Мурзин Д.А. Феномен корпоративной прессы. М.: Хроникер, 2005. 192 с.
4. Горчева А.Ю. Корпоративная журналистика. М.: Вест-Консалтинг. 20015. 220 с.

5. Боханов А.Н. Буржуазная пресса России и крупный капитал. Конец XIX в. М., 1984.
6. Гарифуллин В.З. Газета «Казанские известия» и традиции многонациональной прессы Республики Татарстан // Информационное поле современной России: практики и эффекты: материалы VIII Международной научно-практической конференции. Казань: Казан. ун-т, 2011. С.43–46.
7. Пивоварова Л.М. С жизнью рядом // Из истории Казанской прессы. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1977. С. 3–13.
8. Зарипов И.А. «Икътисад» – первый российский журнал по исламской экономике // Филология и культура. 2013. No 1 (31). С.193–197.
9. Икътисад. 1908. № 1. С. 1.
10. Garifullin, V.Z., Sabirova, L.R. The anniversary of the Tatar Journalism: Its progress and losses // Journal of Language and Literature. Volume 6, Issue 2, 1 May 2015, Pages 132–135.
11. Демина И.Н. Экономическая журналистика: проблемы научного и кадрового обеспечения // Известия Иркутской государственной экономической академии. № 3. 2011. С. 186–189.
12. «Казанский экономический вестник» КГФЭИ» URL: <http://kpfu.ru/science/nauchnye-izdaniya/kev>(дата обращения: 29.10.15).
13. Газета «Бизнес-onlain». URL: <http://www.business-gazeta.ru> (дата обращения: 29.10.15).
14. «Электронный экономический вестник Татарстана». URL:<http://cpei.tatarstan.ru/rus/vestnik.html> (дата обращения: 29.10.15).
15. «Агентство информации и деловых коммуникаций» URL:<http://aibcum.ru> (дата обращения: 29.10.15).
16. «Информационное агентство Девон» URL: <http://iadevon.ru> (дата обращения: 29.10.15).
17. Тухватова А.Р. Особенности развития и функционирования региональных корпоративных СМИ: на примере деятельности изданий и электронных масс-медиа ОАО «Татнефть»: дис. ... канд. филол. н. Казань, 2007. 166 с.
18. Министерство экономики Республики Татарстан URL: http://mert.tatarstan.ru/Economic_development_and_innovative_economy_of_Tatarstan_for_2014_2020.htm (дата обращения: 29.10.15).